

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar belakang**

Indonesia adalah salah satu negara yang mayoritas beragama muslim sudah selayaknya menjadi pelopor perbankan dan keuangan syariah di dunia. Hal ini bukan tidak mungkin terjadi melihat banyaknya populasi masyarakat muslim di tanah air ini (Cahyani, 2017: 1)

Perbankan syariah merupakan sistem perbankan yang berpedoman pada nilai-nilai Islam atau prinsip syariah. Prinsip syariah merupakan kesepakatan atas perjanjian yang berlandaskan hukum islam yang dilakukan antara pihak bank dengan pihak lain dalam kegiatan menyimpan dana dan atau penyaluran dana untuk kegiatan usaha yang sesuai dengan syariah (Kasmir, 2004: 289).

Perkembangan perbankan syariah di Indonesia dapat dilihat dari jumlah Bank Umum Syariah (BUS), Unit Usaha Syariah (UUS) dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS), seperti pada table berikut ini :

**Tabel 1.1 Jumlah BUS,UUS dan BPRS**

<b>Indikator</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018 ( Desember )</b>
<b>Bank Umum syariah</b>			
-Jumlah bank	13	13	14
-jumlah kantor	1869	1825	1875
1. KC	473	471	478
2. KCP	1207	1176	1199
3. KK	189	178	198
4. ATM	3127	2585	2791
<b>Unit Usaha Syariah</b>			
-jumlah Bank	21	21	20
-jumlah Kantor	332	344	354
1. KC	149	154	153
2. KCP	135	139	146
3. KK	48	51	55
4. ATM	132	143	171
<b>Bank Pembiayaan Rakyat syariah</b>			
-Jumlah Bank	166	167	167
-jumlah Kantor	453	441	495
Total	8314	7708	8116

*Sumber: Statistik Perbankan Syariah (SPS), OJK Desember 2018 yang sudah diolah*

Tabel di atas menunjukkan bahwa jaringan kantor perbankan syariah mengalami fluktuasi, dimana pada tahun 2016 mencapai 8314, kemudian mengalami penurunan pada tahun 2017 dan kemudian pada tahun 2018 per desember mengalami kenaikan. Meskipun mengalami fluktuasi jumlah jaringan kantor, berbeda hal dengan total asset perbankan syariah yang terus mengalami pertumbuhan dari tahun ketahun. Asset perbankan syariah pada akhir tahun 2017 tercatat sebesar

Rp435,02 triliun, mengalami kenaikan dari pada tahun sebelumnya yaitu sebesar Rp69,36 triliun ([www.ojk.go.id](http://www.ojk.go.id), 2017).

Pengambilan keputusan merupakan reaksi seseorang yang muncul karena adanya sebuah masalah, yang berarti ketidaksesuaian antara keadaan saat ini dengan keadaan yang diinginkan sehingga membutuhkan pertimbangan dalam membuat beberapa tindakan alternatif. Setiap keputusan memerlukan evaluasi informasi dan interpretasi. Kesadaran bahwa terdapat sebuah masalah dan sebuah keputusan merupakan persoalan penginterpretasian (Robbins dan Hakim, 2008 : 188 -189)

Keputusan untuk menggunakan sebuah produk atau jasa oleh konsumen (nasabah) disebabkan oleh banyak faktor. Dalam proses pengambilan keputusan yang didasarkan pada faktor kompleks yang menyangkut dengan hal penentu keputusan tersebut. Sehingga pihak bank agar bisa memahami faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam menggunakan produk atau jasa bank. Faktor yang mempengaruhi dapat berupa teknologi, pemasaran ekonomi, social, budaya, politik dan yang paling penting adalah karakteristik konsumen (nasabah) itu sendiri (Viranti dan Ginanjar, 2015 : 45 ).

Kualitas Pelayanan ialah salah satu unsur penilaian konsumen untuk perusahaan. Pelayanan yang diterima oleh nasabah akan dipersepsikan sebagai pelayanan yang baik, standar atau buruk. Terdapat 5 indikator dalam menilai kualitas pelayanan, diantaranya adalah *tangible* (bukti fisik), *reliability* (keandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), *empathy* (empati). Kualitas pelayanan ialah bentuk penilaian konsumen terhadap

tingkat pelayanan yang diterima (*perceived service*) dengan tingkat layanan yang diharapkan (*expected service*)

Lokasi merupakan faktor penting konsumen dalam memutuskan menggunakan produk atau jasa. Jarak dekat atau jauh antar rumah dengan lokasi bank dan mudah tidaknya dijangkau oleh kendaraan mempengaruhi keputusan konsumen (Tjiptono, 2002 : 41).

Promosi adalah komunikasi berupa informasi yang tepat dari penjual kepada pembeli dengan tujuan untuk merubah sikap dan tingkah laku pembeli, yang tadinya tidak mengenal produk tersebut menjadi mengenal (Fajar,2008:133). Menurut Indriyo (2000:237) promosi adalah kegiatan untuk mempengaruhi konsumen agar konsumen mengebal produk yang ditawarkan dan kemudian tertarik untuk membeli produk tersebut.

Mahasiswa sebagai salah satu komponen masyarakat adalah pangsa pasar yang layak jadi pertimbangan bank syariah untuk menambah jumlah nasabah.Salah satunya adalah perguruan tinggi Islam di Malang yaitu Universitas Muhammadiyah Malang, dengan total mahasiswa 34.123.per 2018 yang tentunya selain mempelajari ilmu umum juga mempelajari ilmu agama.

Universitas Muhammadiyah Malang sebagai salah satu perguruan tinggi Islam di Kota Malang, yang berdiri sejak tahun 1964 hingga sekarang mempunyai 10 Fakultas Program Sarjana dengan 3 Program Studi Diploma III, 35 Program Studi Strata-1, 11 Program Magister, 3 Program Doktor, serta 5 Program Profesi.

Penelitian yang telah dilakukan oleh Putri (2017) bahwa lokasi dan produk berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah bank syariah, namun pelayanan tidak berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah di bank syariah. Sedangkan penelitian lain yang dilakukan oleh Fahrudin dan Yulianti (2015) menghasilkan penelitian bahwa promosi dan lokasi berpengaruh tidak signifikan sedangkan kualitas layanan berpengaruh positif signifikan. Dan juga penelitian yang dilakukan oleh Putribasutami dan Paramita (2018) menghasilkan penelitian bahwa pelayanan, pengetahuan dan sosial berpengaruh terhadap keputusan menabung, variabel yang dominan mempengaruhi keputusan menabung adalah variabel pelayanan sedangkan variabel lokasi tidak berpengaruh terhadap keputusan menabung. Dalam penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Putri (2017), Fahrudin dan Yulianti (2015), Putribasutami dan Paramita (2018) terdapat *gap research* yaitu pada variabel kualitas pelayanan dan variabel lokasi. Dari latar belakang permasalahan tersebut peneliti tertarik untuk meneliti “Pengaruh kualitas pelayanan, lokasi dan Promosi Terhadap Keputusan Mahasiswa Menjadi Nasabah di Bank Syariah (Studi pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Malang)”

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang diuraikan di atas maka peneliti mengangkat rumusan masalah, apakah kualitas pelayanan, lokasi dan promosi berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa menjadi nasabah di bank syariah ?

### C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, lokasi, dan promosi terhadap keputusan mahasiswa menjadi nasabah di bank syariah.

### D. Manfaat Penelitian

#### 1. Teoritis

Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan sumbangan bagi perkembangan ilmu ekonomi syariah terutama tentang perbankan syariah.

#### 2. Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan gambaran tentang keputusan menjadi nasabah pada instansi perbankan syariah dan dapat memperluas serta memberikan ilmu pengetahuan bagi bank agar mampu memberi pemahaman lebih kepada masyarakat pada umumnya akan kesadaran pada perbankan syariah.

#### 3. Bagi Akademisi

Penelitian ini berguna untuk menambah ilmu pengetahuan, wawasan dan pengalaman serta penerapan teori ilmu akademis dengan praktek di lapangan.

### E. Sistematika Penulisan

Dalam pembahasan penelitian ini terdiri dari lima bab, dengan rincian yang menjelaskan :

1. **BAB I Pendahuluan** : pembahasan tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan, dan manfaat bagi peneliti selanjutnya.

2. **BAB II Tinjauan Pustaka :** pembahasan tentang landasan teori mengenai pengaruh kualitas pelayanan, lokasi dan promosi terhadap keputusan mahasiswa menjadi nasabah di bank syariah.
3. **BAB III Metode Penelitian :** pembahasan tentang jenis penelitian, jenis dan sumber data, populasi dan teknik pengumpulan sampel, definisi operasional variabel, teknik pengumpulan data, serta teknik analisis data.
4. **BAB IV Pembahasan :** peneliti menjelaskan tentang hasil mengenai analisis terhadap data dan pengujian yang dilakukan.
5. **BAB V Kesimpulan dan Saran :** dalam bab ini penulis menarik kesimpulan dari apa yang telah diuraikan dan memberikan saran - saran yang dapat dipertimbangkan bagi peneliti selanjutnya



